# Na Medida Certa

## A APED na Prevenção do Desperdício Alimentar

Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição

# Na Medida Certa

## A APED na Prevenção do Desperdício Alimentar

Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição

Associação
Portuguesa
de Empresas
de Distribuição

**“O desperdício alimentar pode e deve ser minimizado, e a Distribuição está numa posição ideal para dar solidez a boas práticas em toda a cadeia e para mobilizar comportamentos socialmente responsáveis.”**

**Jorge Jordão,**
Presidente da Direção da APED

# A nossa visão, o nosso compromisso

A APED – Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição reúne 129 empresas do setor do retalho, com um volume de negócios de cerca de 11% do PIB nacional e empregando mais de 107 800 colaboradores.

O compromisso da APED é o de ajudar a implementar as melhores práticas na relação entre Produtores, Distribuição e Consumidores. Focada, tal como os seus associados, no incremento constante do valor que os consumidores possam obter e na qualificação contínua do setor, a APED não esquece os desafios do nosso tempo, como a transição para uma economia circular, baseada numa utilização mais sustentável dos recursos, aperfeiçoando assim o impacto social e ambiental das atividades económicas.

Um dos problemas atuais é o volume de desperdício alimentar que se reflete a nível global na vida de milhões de pessoas. A produção mundial de alimentos terá de aumentar cerca de 60% até 2050, para satisfazer a procura, segundo dados da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura. No entanto, mais de um terço dos alimentos produzidos hoje é desperdiçado ou inutilizado.

Evitar e combater o desperdício alimentar é, pois, um imperativo que deve tocar todos os setores. A Distribuição não é exceção. Reduzir as consequências sociais e ambientais do desperdício é um compromisso inscrito no ADN das empresas da Distribuição.

2014 foi proposto como "o ano do combate ao desperdício alimentar" pelo Parlamento Europeu e por um conjunto importante de Organizações Não Governamentais. Em 2015, os 193 Estados-Membros da Organização das Nações Unidas ratificaram os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, no contexto dos quais se estabelece uma meta, para 2030, de redução para metade do desperdício alimentar global. A Comissão Europeia tem como propósito desenvolver medidas para maximizar o contributo dos vários agentes da cadeia de valor, em harmonia com estes Objetivos, apostando, por exemplo, no desenvolvimento de metodologias e indicadores relevantes. Em Portugal, a Assembleia da República declarou 2016 como "Ano Nacional de Combate ao Desperdício Alimentar", com um conjunto de recomendações ao Governo para prevenir o desperdício. A cidade de Lisboa lançou um plano municipal de combate neste domínio. A APED, enquanto membro do REAP - *Retailers' Environmental Action Programme*, promoveu um conjunto de iniciativas de sensibilização a nível nacional, direcionadas para o consumidor e focadas na prevenção do desperdício alimentar. Inúmeras instituições multiplicam iniciativas e propostas de intervenção para encontrar solução para produtos alimentares que, de outro modo, acabariam em desperdício.

**2016**

Ano Nacional de Combate ao Desperdício Alimentar

Mesmo faltando um entendimento transversal do significado de "desperdício", a verdade é que os agentes económicos têm chamado a si a responsabilidade de intervir de diferentes formas para evitar a perda de alimentos que podem ainda vir a ser consumidos. Para a Distribuição, a questão, mais do que de nomenclatura, é pragmática: qual é a medida certa? Quais as medidas que melhor equilibram a oferta e a procura, evitam o desperdício e tornam o sistema mais sustentável? E em que medida estamos nós a contribuir? Que mais podemos fazer e o que podemos fazer melhor?

A Distribuição ocupa um lugar especialmente relevante nesta matéria. Por um lado, porque as empresas da Distribuição interagem com todos os intervenientes ao longo da cadeia de valor. Por outro lado, porque a sustentabilidade é uma das suas bandeiras e a eficiência um dos seus princípios de gestão quotidiana.

**3 zonas de intervenção**

a Montante, na Operação e a Jusante

Podemos dizer que há três zonas de intervenção: a montante, procurando criar sinergias com a produção para reduzir o desperdício dos produtos alimentares desde a sua origem; na operação, procurando a eficiência e otimizando processos diversos; a jusante, quando houve quebra, procurando redistribuir produtos aptos para consumo, no cumprimento das regras de segurança alimentar, para instituições que possam fazê-los chegar a quem precisa.

A montante, a relação privilegiada é com a produção. No centro da cadeia, a aposta é na operação, na logística, na sensibilização do consumidor. A jusante, o diálogo é com as instituições de solidariedade social que interagem diretamente com a população mais vulnerável.

Em todas estas zonas de intervenção, as melhores medidas, as medidas certas, são as que evitam o desperdício. São essas as que aqui destacamos. São essas as que aqui medimos, para que conheçamos o verdadeiro impacto que comportamentos empenhados e comprometidos com a prevenção do desperdício alimentar podem alcançar.

Em que medida têm impacto os nossos gestos? Quantas refeições doámos, com quantas instituições colaborámos? Em que medida podemos ir mais longe?

Como setor sabemos que a nossa contribuição é fundamental e continuaremos a trabalhar também com produtores e consumidores de modo a que o desperdício alimentar seja cada vez mais uma realidade do passado.

**Ana Isabel Trigo Morais,**
Diretora Geral da APED

Primeira zona de intervenção

# As Melhores Medidas a montante

## Produção

Embora nem todas as cadeias de Distribuição tenham produção própria, todas elas têm uma relação privilegiada com a produção. E cada vez mais, como sabemos, com a produção nacional.

## Planeamento

A primeira medida é o planeamento. Estamos a falar de bens alimentares, de recursos que dependem de fatores por vezes imprevisíveis. Mas um bom planeamento é essencial para evitar a sobreprodução e a criação de excedentes. Para isso, é fundamental antecipar as necessidades e expetativas dos consumidores e constantemente ajustar a produção a essas variáveis.

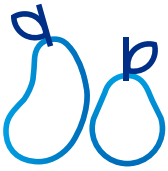
## Acondicionamento, conservação e proximidade

Pela sua sensibilidade e pelo nosso compromisso inabalável com a segurança alimentar, temos apostado fortemente no trabalho em cooperação com os produtores, de forma a garantir que os produtos alimentares, sobretudo os perecíveis, são tratados e embalados de modo a assegurar a sua qualidade e durabilidade. Temos investido numa cultura de proximidade e de operação logística que se adeque à dimensão de cada empresa, encurtando o tempo que decorre entre a produção e a oferta dos produtos ao consumidor, reduzindo o desperdício.

## Porcionamento / Doseamento

Estando a Distribuição permanentemente focada no consumidor, é essencial adequar a oferta à composição dos agregados familiares atuais. Uma das medidas que se tem revelado importante na prevenção do desperdício tem sido a de procurar oferecer as quantidades que melhor respondem às necessidades individuais e familiares dos consumidores. Assim, o diálogo com os produtores sobre esta matéria é essencial para, em conjunto, proporcionar aos consumidores aquilo de que necessitam na medida certa.

## Incorporação de produtos alimentares não calibrados na cadeia de valor



No passado, uma vez que não era atribuído valor económico a produtos não normalizados, estes não entravam na cadeia de abastecimento, pelo que os produtores não colhiam do campo estes alimentos. A incorporação de bens alimentares não calibrados na cadeia de valor por parte de algumas cadeias de Distribuição permite um maior respeito pelo ambiente e aproveitamento dos recursos, atribuindo valor económico a produtos que oferecem qualidade para consumo. Estas medidas permitem aos fornecedores a venda de maiores quantidades, o que resulta em maiores ganhos, mais produção e aumento do emprego nas regiões onde operam.

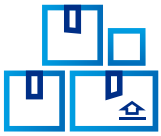
Segunda zona de intervenção

# As Melhores Medidas no centro das operações

## Logística e Operação

As cadeias de Distribuição são conhecidas pela sua eficiência e pela excelência dos seus projetos de melhoria contínua a nível das operações e da gestão quotidiana. Muitas das iniciativas mais inovadoras nasceram de necessidades da Distribuição. E a logística é, hoje, incomparavelmente mais eficiente e racional do que no passado. Também aqui o desafio tem sido o de responder à necessidade de reduzir o material de embalagem, num quadro mais amplo de preocupação com a sustentabilidade.

## Gestão de stocks



Uma das medidas mais eficazes tem sido a aposta na gestão de stocks. Desde logo, em diálogo com a produção, adequando as quantidades às expetativas de procura por parte dos consumidores.

Mas também – e com vantagem evidente para o consumidor – são desenvolvidas medidas que permitem outras formas de escoamento dos produtos que se aproximam do seu prazo de validade, ou de produtos que previsivelmente terão um escoamento mais lento do que o previsto. Esses produtos, devidamente assinalados, têm também despertado a consciência dos consumidores para a necessidade de, também nas suas casas, consumirem primeiro os produtos que têm prazos de validade mais curtos. Um ensinamento que pode e deve ser replicado em diversos contextos.

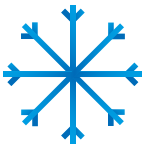
## Oferta

Vários têm sido os distribuidores que apostam na oferta personalizada – restauração e take-away - nas suas lojas.

Colaboradores devidamente preparados assumem o manuseamento dos produtos, nomeadamente daqueles que são mais sensíveis à exposição ao frio e ao calor, assegurando a sua qualidade.

Trata-se ainda de dosear a quantidade de acordo com as reais necessidades dos consumidores, com a possibilidade de aconselhamento individual em resposta a questões de conservação ou porcionamento.

## Melhoria da eficiência da cadeia de frio



A sustentabilidade é um valor essencial para a Distribuição. Nessa medida, a conservação dos produtos, a eliminação do desperdício e a redução do consumo de energia são apostas fortes. Lidando com bens alimentares, muitos dos quais perecíveis e com grande grau de vulnerabilidade, é essencial assegurar a eficiência da cadeia de frio para minimizar o desperdício.

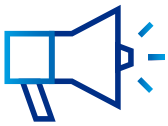
Segunda zona de intervenção

# As Melhores Medidas no centro das operações

## Consumidores

O foco da Distribuição são os consumidores. Eles são a sua razão de existir. São eles que presidem às decisões mais importantes. É também por respeito aos consumidores – todos nós – que a Distribuição abraça medidas de combate ao desperdício alimentar, e é com os consumidores que a Distribuição assume um compromisso partilhado para lá do momento da compra.

# Campanhas de sensibilização



É central sensibilizar o consumidor para as questões da sustentabilidade do planeta, contribuindo para que este possa tomar melhores decisões, para si, para a sua família, para a sua comunidade, para o seu país, para o mundo. A relação de confiança que estabelecemos com o consumidor faz com que, do nosso exemplo, possam ser ampliados princípios de prevenção do desperdício adequados a estilos de vida mais responsáveis.

As vantagens para o consumidor são múltiplas: escolhas mais racionais, mais refletidas, decisões mais ponderadas, medidas certas. Para que não se desperdice o que faria falta.

Muitas têm sido as campanhas de sensibilização levadas a cabo junto dos consumidores, não só como setor, através da APED, mas também individualmente, utilizando os meios de cada insígnia para comunicar de forma eficaz com os seus clientes.

Há receitas pensadas para evitar o desperdício, promovendo a reutilização e integração de alimentos perecíveis, conselhos para conservação e acondicionamento de produtos mais sensíveis e partilha do empenho no encaminhamento de sobras para instituições de solidariedade social.

Terceira zona de intervenção

# As Melhores Medidas a jusante

## Comunidade

Depois de todo o esforço feito no sentido de evitar o desperdício, a Distribuição é confrontada com a questão de saber o que fazer com os bens alimentares que, podendo ainda ser consumidos, não podem ser vendidos.

Desde há muito que é prática corrente, com maior ou menor grau de formalismo, o encaminhamento de bens alimentares para instituições de solidariedade social que se inserem nas comunidades onde operam as cadeias de Distribuição. Ou seja, evitar o desperdício, cumprindo uma missão de responsabilidade social e de intervenção junto das populações.

# Doação de bens alimentares a Instituições de solidariedade

No fim da cadeia, a derradeira questão: o que fazer com os produtos que, estando em perfeito estado de consumo, não podem ser vendidos? Com os produtos perecíveis que passaram um pouco o grau de maturação que o consumidor aprecia? Com os produtos não perecíveis que têm pequenas não conformidades a nível do rótulo ou da embalagem? Ou com os produtos perecíveis que estão muito próximos do final do prazo de validade?

Estas questões obrigaram as empresas da Distribuição a planificarem o encaminhamento de bens alimentares, por forma a responder a todos os requisitos de segurança alimentar e aos pedidos, cada vez mais frequentes, de apoio a comunidades mais vulneráveis. Esse encaminhamento obriga a um envolvimento grande da Distribuição, muito para lá da simples doação. O compromisso da Distribuição com a qualidade e segurança alimentar está presente em todos os seus gestos. Para as salvaguardar, têm sido muitas vezes as empresas da Distribuição a acompanhar pequenas instituições de solidariedade social, a dar-lhes formação, a apoiá-las na logística, para que o desperdício não ocorra nesse ponto da cadeia de valor e para que os bens alimentares possam ser consumidos em segurança por quem deles necessita.

Por norma, são apoiadas com donativos instituições locais com um trabalho social relevante nas comunidades, chegando assim a milhares de pessoas com dificuldades económicas. Nessa medida, tem sido feito um esforço conjunto entre as entidades públicas, a Distribuição e estas instituições para construir um conjunto de regras comuns, que permitem oferecer segurança a todos os interlocutores. E o resultado evidente é a quantidade de bens alimentares e refeições doadas nos últimos anos.

No final da linha são ainda doados produtos alimentares a instituições de apoio a animais, permitindo assim um maior reaproveitamento dos produtos em condições de consumo.

**Não há dúvida de que esta é uma das medidas certas no combate ao desperdício alimentar. Mas afinal de que números estamos a falar em matéria de desperdício alimentar? Em que números se traduzem as nossas doações?**

# Alguns Números

## MUNDO

**1/3**

dos alimentos produzidos
no mundo perde-se ou é
desperdiçado em cada ano

## EUROPA

**89** milhões

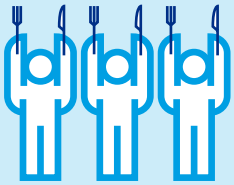
de toneladas
de alimentos
são desperdiçados
anualmente

kg/per capita

## PORTUGAL

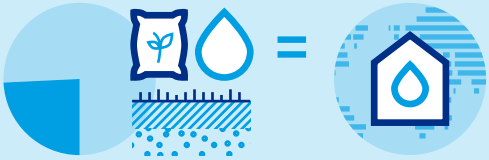
**17%**

da produção alimentar
anual é desperdiçada



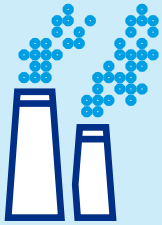
**3000** milhões

de pessoas seriam alimentadas por esse volume de alimentos desperdiçados



**24%**

da superfície arável da Terra, da água e dos fertilizantes são usados para produzir bens alimentares que são desperdiçados. O consumo de água envolvido permitiria cobrir as necessidades de água em todas as casas do mundo num ano



**3300** milhões

de toneladas de $CO_2$ são libertadas por ano na produção de alimentos desperdiçados

**Fonte:** FAO/Nações Unidas; Kummu, M. et al, "Lost food, wasted resources: Global food supply chain losses and their impacts on freshwater, cropland, and fertiliser use", in Science of Total Environment, 438, 2012.

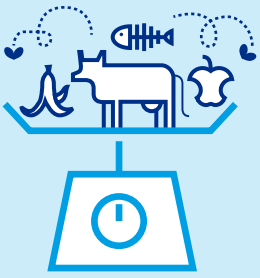
**42%**

do desperdício provém do setor doméstico

**5%**

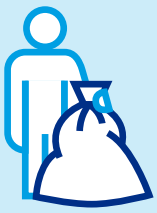
do desperdício tem origem no setor do retalho

**Fonte:** "Preparatory study on food waste across EU 27", Comissão Europeia, 2010.



**1** milhão

de toneladas de alimentos perdidos ou desperdiçados por ano



**97**kg

de alimentos desperdiçados por ano por pessoa

**10,9%**

da população portuguesa em condições de privação material (2013)

**27,5%**

da população em risco de pobreza (2014)

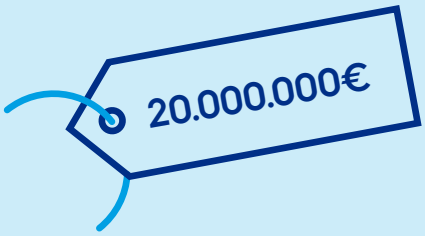
**Fonte:** Baptista, Pedro, Campos, Inês, Pires, Iva, Vaz, Sofia G., "Do Campo ao Garfo. Desperdício Alimentar em Portugal" CESTRAS, Lisboa, 2012; Indicadores sobre a Pobreza, Rede Europeia Anti-Pobreza, Outubro 2015.

# E o que fazemos para mudar estes números...

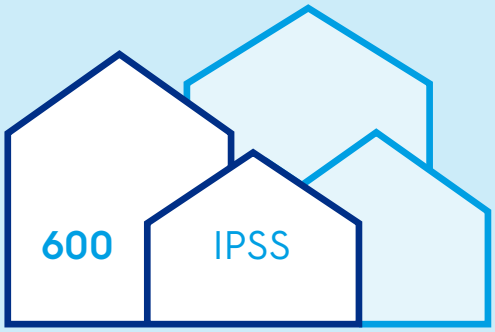
Fontes: APED e empresas associadas

Em 2015 doámos produtos alimentares que equivalem a mais de 6 milhões de refeições

Em 2014 doámos bens alimentares num valor global superior a



E apoiámos mais de




Em 2014 e 2015 doámos para alimentação animal cerca de **7.000** toneladas

# Mais Medidas, Melhores Medidas

O desperdício alimentar é um tema ao qual ninguém pode ficar indiferente, quando diariamente milhões de pessoas passam fome, quando o planeta revela sinais de dificuldade em incorporar cada vez mais produção, perante a iminência do acréscimo das necessidades alimentares, em virtude do aumento da população mundial.

O problema é tão complexo que apenas com o envolvimento de todos os intervenientes da cadeia agro-alimentar será possível responder de forma rápida, com impacto verdadeiro nos números que, hoje, nos impressionam, como os 179 kg de alimentos desperdiçados por cada habitante na União Europeia por ano, segundo dados da Comissão Europeia. Ou o facto de cada norte-americano estimar desperdiçar anualmente o equivalente a 640 dólares em alimentos.

Nesse sentido, e tendo a Distribuição assumido o seu papel e responsabilidade nesta cadeia de modo a evitar o desperdício, há um conjunto de propostas que, do nosso ponto de vista, poderiam potenciar o esforço feito, através de partilhas de empenhamento – nomeadamente com entidades públicas, e alterações de enquadramento – legislativo, político e fiscal.

## Conceitos e metodologias

É importante clarificar conceitos e harmonizar metodologias no que toca ao desperdício.

## "Data limite de consumo" versus "data de durabilidade mínima"

Neste domínio **é particularmente importante clarificar e reforçar a compreensão e distinção entre "data limite de consumo" e "data de durabilidade mínima":** assim o mostram os resultados dos inquéritos da Comissão Europeia sobre a matéria, revelando por exemplo o desconhecimento de 53% dos europeus sobre a indicação efetiva da menção "data de durabilidade mínima" ("best by") num produto.

## Campanhas de sensibilização

É essencial **partilhar com diversas entidades o esforço do investimento em campanhas de sensibilização destinadas aos consumidores**, uma vez que se estima que mais de um terço do desperdício alimentar ocorre nas suas casas. A educação é fundamental. Mais e melhor informação conduzem a melhores práticas. A boa interpretação da rotulagem deve ajudar o consumidor a conservar o produto que comprou, evitando o seu desperdício.

## Acompanhamento e formação

A aposta no acompanhamento e formação de todas as pessoas que, **da parte das instituições de solidariedade social, recebem alimentos e donativos é outro dos desafios centrais.** Só assim se tornarão autónomos e empenhados com os processos de segurança alimentar, na recolha, triagem, armazenamento e transporte, evitando o desperdício no fim da cadeia. **Este esforço, que tem vindo a ser assumido maioritariamente pela Distribuição, deverá ser acompanhado de perto pelas autoridades públicas,** no sentido de assegurar procedimentos e normas de segurança alimentar razoáveis e adequadas à realidade, simplificando simultaneamente os procedimentos que venham a revelar-se desproporcionados.

## Contexto legal

É essencial **criar o contexto, do ponto de vista legal, para que cada vez mais produtos não calibrados, ou com calibres fora da norma, possam encontrar espaço no mercado**, estando naturalmente garantidas as suas perfeitas condições de consumo. Esse gesto permitirá à Distribuição reforçar as parcerias com produtores e fornecedores, oferecendo simultaneamente aos consumidores a possibilidade de aceder a um leque mais alargado de produtos.

## Deduções à coleta

O **enquadramento fiscal merece uma palavra também.** O regime fiscal do mecenato social prevê, genericamente, que são aceitáveis e majorados em sede de IRC os donativos em espécie a entidades elegíveis, nomeadamente Instituições Particulares de Solidariedade Social. No entanto, o enquadramento fiscal vigente limita as deduções à coleta de IRC, o que significa, paradoxalmente, que as empresas suportam uma carga fiscal gravosa sobre estes donativos. **Os donativos em espécie deveriam ser por isso incluídos entre as deduções à coleta aceites, sem limitação. Esta medida permitiria potenciar o empenho das empresas da Distribuição na prevenção do desperdício alimentar.** Embora esta não seja a nossa motivação, não deverá tão-pouco tornar-se numa penalização.

**Quando falamos de prevenir e reduzir o desperdício alimentar, falamos, assim, de responsabilidades partilhadas. Sabemos que a nossa contribuição é fundamental e estamos convictos de que a saberemos sempre assumir, continuando a apostar em mais e melhores medidas.**

# O contributo dos nossos associados

## Aldi Portugal Supermercados

O nosso entendimento de qualidade abrange, para além da segurança e saúde dos consumidores, a assunção de responsabilidade social e ambiental ao longo de toda a cadeia de abastecimento. Neste sentido, aplaudimos a ambição da Comissão Europeia de reduzir o desperdício alimentar para metade do seu volume atual até ao ano de 2020.

Reconhecemos que este objetivo exige um esforço concertado de toda a cadeia de abastecimento alimentar, onde o setor da distribuição alimentar assume enorme relevância. Aderindo a iniciativas de combate ao desperdício alimentar queremos apoiar esta causa: reduzir a quantidade de alimentos desperdiçados, poupar recursos naturais e ajudar e apoiar pessoas necessitadas.

Desde há alguns anos que a ALDI PORTUGAL – Supermercados, Lda. desenvolve iniciativas de combate ao desperdício alimentar, em parceria com instituições localizadas nas proximidades do seu centro logístico e lojas. Estas instituições de solidariedade social desempenham um papel fundamental no combate ao desperdício alimentar e representam um apoio fundamental para várias famílias.

## Continente

O Continente é uma referência do retalho em Portugal, contribuindo ao longo de 30 anos de existência para a alteração dos hábitos de consumo dos portugueses, para o desenvolvimento da economia portuguesa e para a evolução do mercado da distribuição, sendo crucial o seu papel ativo na área do desperdício alimentar.

O combate ao desperdício alimentar em toda a cadeia de valor é uma das suas prioridades e as doações de alimentos são o contributo mais visível pelo impacto que têm junto das comunidades e das famílias que mais necessitam. Para além das doações, o Continente trabalha diariamente junto dos produtores, colaboradores e consumidores para os sensibilizar para a importância de combater o desperdício alimentar desde a origem dos produtos até aos lares das famílias portuguesas.

## Dia Portugal

O Grupo Dia trabalha continuamente para diminuir o seu impacto no meio ambiente, através da melhoria contínua dos seus procedimentos. A sua equipa está consciente de que pequenos gestos permitem alcançar grandes metas.

Assim, em linha com o seu compromisso de responsabilidade social corporativa, o Grupo Dia está empenhado no acesso de todas as pessoas a uma alimentação de qualidade em estrito cumprimento das regras de qualidade e segurança alimentar. O seu olhar está dirigido para os mais desfavorecidos, em particular para as crianças, uma vez que nelas são maiores os efeitos negativos de uma alimentação desadequada. É esse o espírito que preside ao encaminhamento de sobras alimentares, através do qual apoiamos as famílias.

## El Corte Inglés

O compromisso do El Corte Inglés com o consumidor baseia-se no serviço, qualidade e garantia. Para cumprir estes compromissos, temos a obrigação de manter uma oferta diversificada e permanente. Isso conduz a que, por vezes, apesar de marginal, possa existir quebra. São produtos em perfeitas condições de consumo que podem e devem por isso ser encaminhados para doação.

Embora oneroso, o encaminhamento das sobras alimentares gera um círculo virtuoso. O El Corte Inglés assume, sempre que necessário, o acompanhamento logístico e técnico que permite que esses produtos cheguem nas melhores condições às mãos das instituições que, no terreno, conhecem quem deles precisa.

## Grupo Jerónimo Martins

Há vários anos que o combate ao desperdício alimentar faz parte das preocupações do Grupo Jerónimo Martins, uma empresa que, com mais de dois séculos de existência, considera que a responsabilidade com que conduz os seus negócios é fundamental para garantir um futuro mais sustentável.

Em conjunto com os parceiros de negócio, aperfeiçoando processos e apoiando centenas de instituições de solidariedade social que, em todo o país, chegam a milhares de pessoas carenciadas, a Jerónimo Martins assume a cidadania corporativa como uma forma de estar nos negócios e de relação com a cadeia de valor com vista a minimizar o desperdício.

Reduzir os resíduos gerados, tanto nas empresas como na sociedade, e aproveitar ao máximo as matérias-primas através dos quatro R's – reduzir, reutilizar, recuperar e reciclar – são objetivos integrados no novo paradigma da economia circular. O objetivo de incorporar o que se consideravam resíduos como matéria-prima está presente na agenda de prioridades e nas operações do Grupo Jerónimo Martins

## Grupo Mosqueteiros

Enquanto produtores, distribuidores e proprietários de Pontos de Venda, o combate ao desperdício alimentar é desde sempre uma preocupação. Os Mosqueteiros comprometeram-se a reduzir o desperdício alimentar em 50% até 2025.

Para conseguir alcançar o objetivo a que se propôs, o Grupo adotou várias ações entre as quais a celebração de acordos com associações/entidades de ajuda alimentar. A implementação de boas práticas de luta contra o desperdício alimentar, como a doação a associações locais, ou a venda a preço reduzido de produtos com data de validade curta são as duas principais práticas que o Grupo pretende generalizar.

Atingir o objetivo seria uma prova de que a abordagem dos Mosqueteiros resultou e que o esforço no combate ao desperdício alimentar é um sucesso.

## IKEA Portugal

Na IKEA, o combate ao desperdício alimentar faz-se no contexto de uma estratégia geral de Sustentabilidade, que aposta nas pessoas e no planeta. Essa estratégia assenta em 3 eixos principais: uma vida mais sustentável em casa, a aposta na energia e nos recursos – com o objetivo de tornar a IKEA 100% autossuficiente, e a melhoria de vida para as comunidades em que a IKEA se insere.

A partir desta filosofia, foi lançado o projeto pioneiro na área do combate ao desperdício alimentar, na Loja IKEA de Loures, em maio de 2013, também porque foi possível contar com os parceiros ideais, a "ZERO DESPERDÍCIO", que asseguram credibilidade e segurança a todo o processo. O objetivo da IKEA é estender este projeto às lojas de Alfragide, Matosinhos e abrir as lojas de Braga e Loulé com um sistema de combate ao desperdício alimentar já implementado.

## Jumbo
## Auchan Portugal
## Hipermercados

A Auchan desde há muito que assumiu o compromisso de combater o desperdício – todo o desperdício – na cadeia de valor. Os princípios da Gestão Ética e Responsável da Auchan Portugal exprimem o seu compromisso com o desenvolvimento sustentável e orientam a gestão do negócio dia a dia. "Desperdício Zero" é o projeto que a empresa tem vindo a desenvolver de forma integrada, para dar resposta a esta necessidade, e que se desdobra em 6 vertentes. A Oferta Comercial, com soluções para o Cliente reduzir o desperdício: o mercado Avulso, o Self-Discount, a redução do preço nos produtos com aproximação da data de validade identificados com etiqueta laranja. A Sensibilização dos Clientes: com diferentes campanhas direcionadas para o consumidor e em especial para as novas gerações, através do Rik&Rok, por exemplo, onde se procura sensibilizar para a necessidade de evitar o desperdício, cultivando um sentido de sustentabilidade mais amplo. A Formação e Sensibilização dos Colaboradores, os nossos principais embaixadores do tema. Uma Gestão Operacional rigorosa, para a qual implementamos procedimentos e regras para minimizar qualquer desperdício. As Doações de produtos de quebra, com o estabelecimento de diferentes parcerias, nomeadamente com o DariAcordar e com a Refood. Finalmente, a Monitorização com o desenvolvimento de um indicador interno que serve de barómetro a este tema.

## Malaquias
## Distribuição
## Alimentar

A Malaquias abraçou o desafio da prevenção do desperdício alimentar com maior periodicidade desde sensivelmente 2011. Desde então tem desenvolvido um conjunto de estratégias (gestão de stocks, ao nível da operação, mas também da formação de colaboradores, encaminhamento de produtos próximos do final da validade, ...) que se têm vindo a revelar certeiras pela redução do volume de produtos encaminhados para eliminação.
É necessário que o tema da prevenção do desperdício alimentar seja uma preocupação transversal a todos os elementos que constituem cada empresa, e a toda a cadeia de valor. Não basta parte do circuito implementar estratégias de redução do desperdício alimentar. É necessário criar meios e estímulos para uma produção sustentável, bem como promover junto das populações o consumo, igualmente, sustentável.
Para alcançarmos o "desperdício zero", é premente focalizar a nossa atenção nas gerações futuras. Assim sendo é de extrema importância atuar junto dos adultos do futuro, as crianças, com a inclusão deste tema nos programas escolares.

# Porque a nossa intervenção é precisa...

## REFOOD

Hunter Halder

Precisamos alimentar a tomada de consciência coletiva que a comida em boas condições é preciosa, que as pessoas necessitadas são preciosas e que a oportunidade – e a responsabilidade – de atuar para o bem comum é igualmente preciosa.
O desafio é enorme, mas os recursos coletivos que temos na nossa posse também o são – a mobilização necessária tem que ser um esforço abrangente a toda a sociedade.
Assim, aplaudo cada um dos atos de facilitação de todos os que trabalham para o bem da comunidade, a disponibilização de comida excedentária por parte de todas as empresas/entidades parceiras e o empenho de todos os cidadãos voluntários que abraçam esta causa - tenho a certeza de que juntos podemos eliminar desperdício alimentar e fome nas nossas comunidades.

## Associação dos Amigos dos Animais

Maria Laura Ferreira

Somos uma associação sem fins lucrativos, que vive das quotas que os sócios pagam e da generosidade de algumas pessoas e entidades.
O dinheiro que recebemos é muito pouco para as muitas despesas que temos, como por exemplo veterinárias, que são as mais dispendiosas.
Se não fosse a boa vontade de algumas instituições como o Grupo DIA e a SONAE que nos dão alimentação, era muito mais difícil ajudar estes animais. Estas instituições não podem vender rações para cães e gatos que não estejam nas perfeitas condições, como por exemplo embalagens rasgadas e sendo assim oferecem-nas a algumas instituições como a nossa. Desta maneira o desperdício alimentar é quase nulo e para nós é uma mais-valia pois a verba que seria para gastar em alimentação é reduzida e pode ser canalizada para outras despesas.

## Associação Sorrisos de Criança

Isabel Cardoso

Temos beneficiado da recolha das "quebras" junto da Distribuição.
Estas recolhas servem para que nós, Associação, possamos ter produtos que habitualmente não podemos comprar por falta de verbas e assim entregar os mesmos às famílias que apoiamos, bem como a uma Instituição de Vila Nova da Telha, com crianças dos três meses aos dezasseis anos de idade, e a duas escolas Primárias em Vila Nova de Gaia.
Geralmente, recolhemos produtos (dentro da validade) em embalagens danificadas, que reutilizamos para sacos de plástico transparente e outros artigos de alimentação que fazem toda a diferença para nós e para quem apoiamos.
Juntos para que possamos sempre dizer "que nada se desperdiça, tudo se transforma em algo necessário".

## CASA-FARO Centro de Apoio ao Sem Abrigo

Pedro Cebola

Apoiando cerca de 400 famílias carenciadas do concelho, o C.A.S.A-Faro, centra a sua atividade na ajuda direta a quem nada tem, através de alimentação, vestuário, utensílios domésticos, material escolar, produtos de higiene, entre outros.

Tornou-se desde sempre imprescindível, para continuar a suprir uma das nossas principais necessidades, a colaboração de algumas insígnias de retalho que, com o encaminhamento dos seus excedentes para a nossa delegação, nos permitem manter a sustentabilidade do nosso apoio, ao nível da quantidade e qualidade.

Com a distribuição destes excedentes alimentares, acreditamos que, além de gerirmos o que inevitavelmente poderá ser considerado desperdício, seja do ponto de vista económico, ambiental ou ético, melhoramos vidas.

## DARIACORDAR Movimento Zero Desperdício

Paula Policarpo

O Movimento Zero Desperdício surgiu do encontro de nove cidadãos com vontade e empenho para passar da identificação de um problema à ação: havia e há diariamente alimentos em bom estado para o consumo humano, alimentos desperdiçados e pessoas que dos mesmos precisam, o que não faz sentido. Estabelecendo um diálogo desde o início com a ASAE, foi possível encontrar soluções pioneiras. Encontrámos um modelo/programa operacional local/territorial que usa apenas os recursos, meios e capacidade existentes, que se intitula Programa Zero Desperdício. Assenta em parcerias e sinergias com as entidades autárquicas, articulando e estabelecendo as pontes de contacto entre os fornecedores dos excedentes alimentares locais e as Entidades Recetoras (IPSS e todos os interlocutores das redes sociais locais), em estreita ligação e com o apoio da Dariacordar/Zerodesperdício, colocando os alimentos sobrantes/excedentários junto de quem deles necessita.

## COMUNIDADE VIDA E PAZ

Henrique Joaquim

Para a Comunidade Vida e Paz a doação de sobras alimentares por parte das empresas é um apoio muito importante e imprescindível.

As doações deste tipo de alimentos permitem-nos reduzir custos de funcionamento, assegurar refeições e apoios alimentares anuais a cerca de 3254 utentes e famílias carenciadas, quer de forma permanente quer através de ajudas pontuais.

Temos consciência que contribuímos para minimizar custos com o desperdício alimentar e para um ambiente mais sustentável.

## ABLA Associação de Beneficência Luso-Alemã

Telma Pereira

Temos o privilégio de, desde 1 de junho de 2015, poder recolher nas Lojas Aldi de Rio de Mouro, Amoreira e Beloura (Sintra), de 2ª a 6ª feira, géneros alimentares, nomeadamente pão, bolos, iogurtes, fruta, vegetais e ovos. Este apoio é de grande importância para o trabalho social desenvolvido pela ABLA. Sem os alimentos que nos disponibilizaram ao longo deste ano não teria sido possível apoiar cerca de 400 famílias e pessoas carenciadas que temos ao nosso cuidado.

70 Famílias registadas, com condições de vida precárias, recebem diariamente uma refeição quente por pessoa incluindo sopa e pão.

Estamos igualmente muito gratos pela oportunidade concedida pela empresa ALDI de fazer uma recolha de bens alimentares nos dias 28.11.15 e 29.11.15. Foram recolhidos com grande sucesso 3.500 kg de alimentos. Ao Aldi o nosso muito obrigado!

# Referências e fontes de informação

**Empresas associadas da APED**
Entrevistas realizadas no período entre julho e outubro de 2015

**Estratégia Economia Circular**
Documentação da Comissão Europeia, disponível em
http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/index_en.htm

***Flash Eurobarometer 425, Food Waste and Date Marking***
Comissão Europeia, outubro de 2015

***Food Wastage Footprint: impact on natural resources,***
***Food and Agriculture Organisation of the United Nations (FAO), 2013***
(Filme produzido pela FAO e disponível em
www.youtube.com/watch?v=IoCVrkcaH6Q)

***The Estimated Amount, Value and Calories of Postharvest Food***
***Losses at the Retail and Consumer Levels in the United States,***
*USDA, Economic Research Service*, fevereiro de 2014, Jean Buzby, Hodan Farah Wells e Jeffrey Hyman

***Preparatory Study on Food Waste across EU 27***, Comissão Europeia, 2010

**Resolução da Assembleia da República** n.º 65/2015, de 17 de junho

***Survey TNS Global Food Waste***, *American Chemistry Council (ACC)*,
abril de 2015

APED – Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição
Rua Alexandre Herculano, 23, r/c, 1250-008 Lisboa
217 510 920 – geral@aped.pt

**aped.pt**